

## DESAIN PERIKLANAN WEDDING ORGANIZER ARTIO

### PERANCANGAN DESAIN PERIKLANAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI WEDDING ORGANIZER ARTIO

**Ayusti Reza Alam**

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya  
ayusti.reza93@gmail.com

**Eko A.B. Oemar**

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

#### Abstrak

Promosi *wedding organizer* Artio di Sidoarjo dilakukan karena *wedding organizer* tersebut merupakan salah satu jasa yang mengatur jalannya pesta pernikahan dengan patokan harga yang lebih hemat namun dari segi pelayanannya setara dengan *wedding organizer* ternama. Melihat banyaknya masyarakat sekarang yang memakai jasa *wedding organizer* untuk mengatur pesta pernikahannya. Rumusan masalah dari latar belakang tersebut adalah: (1) bagaimana konsep desain; dan (2) bagaimana proses perancangan karya desain periklanan yang bisa mendukung kegiatan promosi *wedding organizer* Artio agar masyarakat berminta memakai jasanya ?. Selaras dengan rumusan masalah maka tujuan untuk perancangan ini adalah untuk: (1) mendeskripsikan proses perancangan; dan (2) Menguraikan proses perancangan karya desain periklanan yang bisa mendukung kegiatan promosi *Wedding organizer* Artio.

Metode perancangan meliputi lokasi penelitian yang terdapat di Jl. KH. Hamdani RT 06 RW 02 Kec. Buduran Kab. Sidoarjo. Sumber data berupa dokumentasi *wedding organizer* Artio. Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT, analisis USP, dan positioning serta prosedur pelaksanaan perancangan desain.

Hasil analisis perancangan ini meliputi bentuk perancangan desain periklanan sebagai media promosi *wedding organizer* Artio di Sidoarjo dengan tema "*Glamorous and Economical Traditional Wedding*" dan visualisasi desain grafis ini diolah menggunakan media komputer grafis. Perancangan ini diharapkan dapat menciptakan karya desain periklanan yang dapat mendukung tercapainya suatu media promosi yang dapat diterima oleh khalayak masyarakat.

**Kata Kunci :** *Desain Grafis, Periklanan, Promosi, Wedding Organizer Artio*

#### Abstract

Wedding organizer Artio is a wedding organizer service in Sidoarjo. Artio is a service which organizes wedding party with a price range which is economical but the service is equivalent with famous wedding organizer. As many people nowadays use wedding organizer service to organize their parties, therefore, it is important to have an advertising design planning as a media promotion. The process of the planning included two statements of problem, which were: (1) how the concept of the design was; and (2) how the process of advertising design planning which could support promotion activity of wedding organizer Artio so people would be interested to use its service was. Promotion activity of wedding organizer Artio was meant to grab people's interest to use Artio's service. The purposes of this planning were: to (1) describe the planning process; and (2) explain the process of advertising design planning which could support promotion activity of wedding organizer Artio.

In collecting the data, first was done by surveying the research location which was on Jl. KH. Hamdani RT 06 RW 02 Kec. Buduran Kab. Sidoarjo. The source of the data was documentation owned by wedding organizer Artio. The collecting data method included interview, observation and documentation. The data analysis method used SWOT analysis, USP analysis, and positioning also design planning implementation procedure.

The result of advertising design for wedding organizer Artio's promotion used "*Glamorous and Economical Traditional Wedding*" as the theme. The process of the graphic design making used graphic computer media with Adobe Photoshop software. With the result of the advertising design, it hoped that it could achieve the promotion purpose of wedding organizer Artio to people.

**Keywords:** *Graphic Design, Advertisement, Promotion, Wedding Organizer Artio*

## PENDAHULUAN

Masyarakat di jaman sekarang, untuk menciptakan sebuah pesta pernikahan yang mengesankan selalu bergantung terhadap jasa *wedding organizer*. Hampir semua masyarakat memakai jasa *wedding organizer*. Karena dengan adanya jasa *wedding organizer*, dijamin pesta pernikahan yang diharapkan akan terlaksana dengan baik. Di Indonesia pasti sudah banyak sekali jasa *wedding organizer* yang sudah berjalan. Namun tidak di semua wilayah ada banyak jasa tersebut. Karena semakin banyaknya masyarakat Indonesia, maka semakin berpeluang pula jasa *wedding organizer*. Di wilayah Sidoarjo tepatnya di desa Buduran Kecamatan Buduran hanya ada hitungan jari jasa *wedding organizer*. Oleh karena itu, Artio mempunyai peluang dan dapat dijadikan sebagai wadah untuk menciptakan sebuah pesta pernikahan yang mengesankan.

Artio adalah salah satu *Wedding organizer* yang berada di Sidoarjo, dan Artio cukup dikenal oleh masyarakat sekitar, meskipun dinilai masih jauh dengan *wedding organizer* yang lain. Dengan adanya Artio diharapkan nantinya akan mempermudah masyarakat untuk mencari jasa yang bisa membantu memperindah pesta pernikahan para. Karena dengan adanya Artio ini, jasa *wedding organizer* akan semakin bertambah. Dari beberapa masyarakat yang mengenal Artio beranggapan bahwa *wedding organizer* Artio yang berada di Jalan KH. Hamdani RT06 RW02 Buduran Sidoarjo ini, dikenal sebagai wadah dari pesta pernikahan yang memberi harga terjangkau dibandingkan dengan *wedding organizer* yang lain. Namun meskipun demikian, Artio tetap memberikan pelayanan yang baik untuk para konsumen. Hanya saja yang mengenal Artio tidak terlalu banyak karena kurangnya media promosi. Oleh karena itu akan dirancang media periklanan untuk *wedding organizer* Artio sebagai alat bantu promosi. Media periklanan yang akan dirancang yakni poster, brosur, katalog, neon box/neon sign, dan kartu nama. Karena kelima media cetak inilah yang cukup strategis untuk memasarkan produk atau jasa.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat diperoleh rumusan masalah (1) Bagaimana konsep desain periklanan yang digunakan oleh *wedding organizer* Artio; (2) Bagaimana proses perancangan karya desain periklanan yang bisa mendukung kegiatan promosi *wedding organizer* Artio.

Untuk mempromosikan Wisata Bukit Surowiti diperlukan media promosi yang tepat sehingga dapat tersampaikan kepada audiens. Pada pembuatan karya ini penulis menggunakan media promosi poster, neon box, brosur, katalog, dan kartu nama.

## METODE

Metode perancangan diawali dengan pengumpulan data melalui tahap:

Wawancara, adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab dengan maksud tertentu, melalui percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yaitu penulis yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu Dwi

Rahayu Ningsih selaku pemilik *wedding organizer* Artio yang mengetahui tentang publikasi *wedding organizer* Artio, dari hasil wawancara memberikan jawaban atas pertanyaan itu secara lisan (Sugiyono, 2011:316).

observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses yang kompleks (Sugiyono, 2011:196).

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2011:326).

Dilanjutkan analisis data menggunakan:

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) (Rangkuti, 1997:20).

USP, *Unique Selling Proposition* (penawaran unik) bisnis Anda. Artinya, bukan produk anda harus unik, tetapi cara Anda dalam berbisnis yang unik. Unik disini adalah apa saja yang membuat siapa pun yang berbisnis dengan perusahaan Anda menjadi berbeda. USP bukan semboyan, bukan slogan, USP adalah cara sebuah bisnis dalam menjalankan usahanya (Suhud, 2009: 107).

Positioning adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk, merek, perusahaan, individu, atau apa saja dalam alam pikiran mereka yang di anggap sebagai sasaran atau konsumennya (Kasali, 1989:157).

Dilanjutkan ke tahap perancangan yaitu proses visualisasi media promosi. Terdiri dari tiga tahap yaitu thumbnail, rough, dan comprehensive (Margo, *Street-Smart Advertising: How to Win the Battle of the Buzz*: 134). Tahap tersebut berlanjut ke hasil finally art dan produksi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Artio adalah salah satu *wedding organizer* yang berdiri sejak tahun 2009 di wilayah Sidoarjo, tepatnya di desa Buduran kecamatan Buduran kabupaten Sidoarjo. Awal mula berdirinya Artio yaitu pemilik dari Artio yang bernama Dwi Rahayu Ningsih terinspirasi dari kakak perempuannya yakni Titik. Sang kakak sudah memiliki usaha *wedding organizer* sejak tahun 2003 di desa Wadungasih kecamatan Buduran kabupaten Sidoarjo. Namun hanya menerima jasa Rias pengantin dan penyewaan dekoarasi. Dari situlah pemilik Artio berupaya untuk mendirikan jasa *wedding organizer* sendiri di daerah rumahnya, karena minimnya jasa *wedding organizer* di daerah tersebut.

Untuk menunjang keinginannya, pemilik belajar merias pada kakaknya terlebih dahulu. Upaya pemilik untuk membangun jasa *wedding organizer* adalah mengikuti kursus-kursus rias pengantin. Pada tahun 2009 pemilik mengikuti kursus di Salon Relasi. Dari situ pemilik bisa membangun jasa rias pengantin yang bernama Artio. Seiring berjalannya waktu Artio

berkembang, bukan hanya jasa rias pengantin namun memberi pelayanan penyewaan dekorasi, fotografi, cucuk

lampah, MC, hantaran pengantin dan mahar. Dan perlahan-lahan Artio mulai dikenal oleh masyarakat sekitar melalui orang ke orang. Pada tahun 2012 pemilik Artio mengikuti kursus lagi di SMKN 1 Buduran Sidoarjo, agar lebih mahir lagi dalam merias. Dalam mengikuti kursus pemilik memperoleh banyak masukan dari guru dan temannya agar jasa *wedding organizer* yang sudah dibangun bisa lebih maju.

*Wedding organizer* Artio terletak di Jalan KH.Hamdani RT 06 RW 02 desa Buduran kecamatan Buduran kabupaten Sidoarjo. Lokasinya tidak jauh dari Jalan Raya Buduran sekitar 100 meter. Jalan menuju lokasi berada di depan pasar Buduran. Kemudian lokasi Artio berseberangan dengan Pondok Al-Khoziny. Lokasi Artio lebih tepatnya berada di depan sungai.

### SWOT

Kekuatan yang dimiliki *wedding organizer* Artio adalah memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga konsumen menjadi lebih nyaman. Pelayanan yang diberikan tidak kalah dengan pelayanan *wedding organizer* yang sudah ternama, terutama di daerah Buduran – Sidoarjo. Mengingat biaya yang dikeluarkan oleh masyarakat untuk memakai jasa Artio lebih hemat dibandingkan dengan *wedding organizer* lain. Dengan begitu, masyarakat akan lebih memilih yang hemat namun tetap memberi pelayanan yang baik. Kelebihan lain dari Artio tidak hanya menjangkau di daerah lokal atau kota Sidoarjo, namun Artio juga pernah mendapat tawaran dari daerah luar Sidorajo yaitu Surabaya dan Malang.

Kelemahan (*Weakness*) Artio adalah hanya memiliki 1 set perangkat dekorasi saja dan tidak banyak koleksi model kebaya pengantin. Kadangkala pemilik Artio masih meminjam ke *wedding organizer* milik gurunya.

Peluang (*Opportunity*) yang dimiliki Artio yakni di Kecamatan Buduran masih sedikit orang yang memiliki jasa *wedding organizer* sehingga Artio berpeluang besar untuk menjadi penyedia layanan *wedding organizer*. Karena pada saat ini sudah banyak masyarakat yang mempercayakan pesta pernikahannya pada *wedding organizer*.

Ancaman (*Threat*) yang dihadapi oleh Artio adalah jasa *wedding organizer* di Sidoarjo yang sudah berdiri lebih dulu dan lama serta sudah memiliki nama di kalangan masyarakat.

### USP (Unique Selling Proposition)

Artio memiliki keunikan tersendiri yang tidak banyak dimiliki oleh *wedding organizer* lain. Keunikan dari Artio adalah Artio memberikan pelayanan jasa pembuatan mahar atau mas kawin dan hantaran pengantin yang jarang diberikan oleh *wedding organizer* lain.

### Positioning

Positioning yang digunakan adalah “Penonjolan Harga dan Mutu”. Alasannya keunggulan dalam *wedding*

*organizer* Artio adalah memiliki kualitas yang setara dengan *wedding organizer* ternama di wilayah Buduran - Sidoarjo, namun memberi patokan harga yang lebih hemat dari *wedding organizer* ternama.

### Konsep Desain

Tujuan utama *wedding organizer* Artio adalah menarik masyarakat untuk memakai jasa ini dan percaya bahwa Artio merupakan jasa *wedding organizer* yang memiliki kualitas setara dengan *wedding organizer* ternama. Strategi yang digunakan untuk menunjang tujuan tersebut yakni menonjolkan keunggulan, dengan memberi informasi bahwa Artio mampu mengubah pesta pernikahan masyarakat dengan mewah dan hemat. Media promosi yang akan dipakai adalah poster, neon box, brosur, katalog dan kartu nama. Karena kelima media inilah yang dirasa paling efektif.

Dalam desain periklanan menggunakan tema *Traditional Glamour* dengan maksud menonjolkan bahwa *wedding organizer* Artio merupakan jasa pelayanan yang mengatur jalannya pesta pernikahan dengan adat Jawa atau tradisional namun tidak meninggalkan sisi kemewahan dari pesta pernikahannya.

Pesan verbal pada desain periklanan ini menggunakan logo “Artio Wedding Organizer” dengan maksud memberikan informasi kepada khalayak masyarakat bahwa Artio menawarkan jasa *wedding organizer*. Sesuai dengan tema “*traditional glamour*” maka pada desain menggunakan bodytext “*Glamorous But Economical Javanese Traditional*” sehingga lebih menonjolkan isi dari desain dan menggambarkan Artio.

Sesuai dengan tema “*Traditional Glamour*” maka pesan visual yang ditampilkan adalah ilustrasi tentang adat Jawa dalam pesta pernikahan yang terlihat mewah. Gambar-gambar yang ditampilkan antara lain, rias pengantin Jawa, dekorasi model gebyok, cucuk lampah, MC Jawa, dan prosesi yang ada dalam upacara adat Jawa. Dari pesan visual tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat untuk khalayak masyarakat.

Gaya tampilan yang diusung untuk menyampaikan karakter dan komunikasi jasa *wedding organizer* ini secara keseluruhan adalah bergaya *modern* atau *art deco*. Dimana *Art Deco* merupakan gaya yang mempresentasikan kesan kemewahan, glamour, kejayaan, konsumerisme dan kecepatan. Gaya ini cocok dengan objek *wedding organizer* Artio yang menonjolkan sisi kemewahan atau glamour dan kecepatan dalam menarik minat konsumen.

### PERANCANGAN

Keseluruhan dari proses desain menggunakan software Adobe Photoshop CS5. Dengan menggunakan ilustrasi gambar yang dipadukan menggunakan bidang-bidang tambahan maupun template. Foto yang ditampilkan mengalami proses pengaturan warna, dan juga kontras sehingga dirasa cukup untuk dipadukan dengan bidang dan elemen lainnya.

Thumbnail, proses ini adalah tahap memikirkan secara kasar tentang desain yang akan diwujudkan. Desain



diawali dalam bentuk sketsa. Dari pemikiran tersebut menghasilkan beberapa variasi desain, kemudian akan terpilih desain terbaik untuk dimulai eksekusi. Pemilihan desain terbaik ini disebut dengan tahap rough. Lalu diikuti dengan tahap pemilihan foto yang akan dijadikan ilustrasi dalam desain poster, neon box, brosur, katalog dan kartu nama. Setelah terpilih beberapa foto yang bisa mewakili informasi *wedding organizer* Artio, maka dilakukan perbaikan foto dengan mengatur level, dan keseimbangan warnanya menggunakan program software Adobe Photoshop.

Tight Tissue, selanjutnya adalah tahap tight tissue atau comprehensif atau yang disingkat comp. Comp adalah suatu bentuk visual dari ide pemikiran desainer. Hasil comp hampir sama persis dengan hasil akhir yang siap ditampilkan. Proses comp dimulai dari setelah mengatur warna, selanjutnya menuju tahap memotong gambar menggunakan pen-tools. Objek yang dianggap penting akan diambil, dan sisanya akan dihapus menggunakan eraser-tools maupun magic eraser-tools. Kemudian menentukan format ukuran poster, neon box, brosur, katalog dan kartu nama di photoshop untuk memulai pembuatan desain.

Selanjutnya mengolah gambar-gambar yang telah dipotong. Gambar-gambar yang telah dipotong diatur besar kecilnya. Dilanjutkan dengan mengatur tata letak dan penonjolan untuk gambar maupun untuk headline, logo beserta tagline, dan informasi lainnya. Beberapa informasi ditata secara berirama agar terlihat rapi. Warna huruf diatur agar terlihat lebih menonjol sehingga mudah dan jelas dibaca mengenai isi informasinya. Hasil jadi comp kemudian dipresentasikan serupa jadi dan dilakukan penilaian, sehingga akan mengalami perbaikan ataupun tambahan untuk menuju hasil final.

Finally Art, sebagai tahap terakhir adalah perwujudan desain akhir. Desain poster, neon box, brosur, katalog dan kartu nama yang sudah final akan dicetak sebagai contoh bentuk jadi dari perancangan ini. Desain neon box akan di display berbentuk make up atau miniatur dengan skala dari rancangan ukuran sebenarnya. Miniatur dicetak menggunakan kertas vinyl dan juga konstruksi dari styrofoam dan juga kayu. Sedangkan pada desain poster akan dicetak menggunakan print offsite kertas art paper yang diperkecil satu kali dari rancangan ukuran sebenarnya, brosur, katalo dan kartu nama dicetak dengan ukuran dan bentuk jadi sebenarnya menggunakan print offsite kertas art paper.

Pada validasi pertama, dari sepuluh desain yang terdiri dari dua alternatif desain. Setelah melalui tahap validasi, maka akan terpilih masing-masing satu desain untuk poster, neon box, brosur, katalog dan kartu nama. Validator 1 Dwi Prasetya, S.Sn dan 2 Muhamad Rois Abidin, S.Pd., M.Pd. akan memberikan penilaian serta saran untuk dilakukan perbaikan kemudian dilakukan validasi kedua sehingga nantinya akan terwujud final desain.



Desain Final Poster

Untuk desain poster yang dipilih background menggunakan warna coklat tua atau coklat batik dan menggunakan ornament batik untuk memberi kesan tradisional dan logo menggunakan warna kuning dan memakai efek *emboss* agar terkesan seperti batangan emas atau logam dan untuk memberi kesan mewah pada desain. Logo diletakkan di atas sebelah kanan gambar utama dari desain, hal ini dikarenakan agar pandangan pertama yang dituju yakni logo dan gambar utama. Gambar yang digunakan adalah sepasang pengantin dengan adat Jawa modern, mengingat temanya adalah "*traditional glamour*" sehingga gambar yang digunakan menyesuaikan tema. Headline berada di bawah logo, agar informasi yang dituju mudah didapat oleh masyarakat. Headline juga menggunakan warna kuning dan diberi efek bayangan agar terlihat lebih hidup.

Gambar pendukung berada ditengah dan disusun sesuai dengan lekuk dari template yang dibuat agar terlihat berirama. Template menggunakan warna kuning dengan gradasi orange dan putih agar terkesan mewah dan berirama. Untuk informasi pelayanan yang diberikan Artio diletakkan dibawah gambar pendukung untuk mendukung informasi yang ditujukan kepada masyarakat.



Desain Final Neon Box

Pada desain neonbox yang terpilih, desain hanya memasukkan desain logo, gambar utama dan informasi alamat dan media sosial. Hal ini dikarenakan agar,

masyarakat tidak kesulitan mendapat informasi saat melihat neonbox. Jika neonbox didesain terlalu banyak informasi maka akan mempersulit masyarakat membaca saat berjalan. Informasi yang lebih lengkap bisa diperoleh melalui poster, brosur, dan katalog

Desain dibuat dengan background menggunakan warna coklat tua atau coklat batik dan menggunakan ornament batik untuk memberi kesan tradisional dan logo menggunakan warna kuning dan memakai efek *emboss* agar terkesan seperti batangan emas atau logam dan untuk memberi kesan mewah pada desain. Gambar yang digunakan adalah sepasang pengantin dengan adat Jawa modern, mengingat temanya adalah “*traditional glamour*” sehingga gambar yang digunakan menyesuaikan tema. Template menggunakan warna kuning dengan gradasi orange dan putih agar terkesan mewah dan berirama.

Desain dibuat dengan logo berada di atas, agar yang masyarakat bisa cepat memahami informasi. Di bawah logo diberi gambar utama untuk mendukung informasi dari logo. Informasi lokasi dan sosial media di letakkan paling bawah.



Desain Final Brosur

Desain yang terpilih membuat desain brosur seperti halnya dengan desain undangan. Agar terlihat lebih mewah. Halaman luar didesain dengan hanya memberi peta lokasi dan logo Artio. Didalam diberi 1 gambar pasangan pengantin dengan adat Jawa modern serta informasi-informasi penting dari Artio.

Desain dibuat dengan background menggunakan warna coklat tua atau coklat batik dan menggunakan ornament batik untuk memberi kesan tradisional dan logo menggunakan warna kuning dan memakai efek *emboss* agar terkesan seperti batangan emas atau logam dan untuk memberi kesan mewah pada desain. Gambar yang digunakan adalah sepasang pengantin dengan adat Jawa

modern, mengingat temanya adalah “*traditional glamour*” sehingga gambar yang digunakan menyesuaikan tema. Template menggunakan warna kuning dengan gradasi orange dan putih agar terkesan mewah dan berirama. Peta lokasi yang berada dilembar bagian luar didesain menggunakan garis-garis agar terlihat ringan. Karena desain bagian luar lebih sudah didominasi oleh ornament batik dan logo.



Desain Final Cover Katalog



Desain Final Isi Katalog

Untuk desain katalog yang dipilih background menggunakan warna coklat tua atau coklat batik dan menggunakan ornament batik untuk memberi kesan tradisional. Logo menggunakan warna kuning dan memakai efek *emboss* agar terkesan seperti batangan emas atau logam dan untuk memberi kesan mewah pada desain. Logo diletakkan di atas sebelah kanan gambar utama dari desain, hal ini dikarenakan agar pandangan pertama yang dituju yakni logo dan gambar utama. Gambar yang digunakan adalah sepasang pengantin dengan adat Jawa modern, mengingat temanya adalah “*traditional glamour*” sehingga gambar yang digunakan menyesuaikan tema. Headline berada di bawah logo, agar informasi yang dituju mudah didapat oleh masyarakat. Headline juga menggunakan warna kuning dan diberi efek bayangan agar terlihat lebih hidup. Template menggunakan warna kuning dengan gradasi orange dan putih agar terkesan mewah dan berirama. Informasi lokasi dan kontak pemilik diletakkan dibawah, karena jika orang melihat maka informasi yang dituju pertama kali adalah jasa yang diiklankan.

Judul “*Rias Pengantin*” menggunakan jenis huruf “*Gabriola*” dengan ukuran 36pt dan menggunakan warna kuning. Caption atau penjelasan dari rias pengantin menggunakan jenis huruf “*Gabriola*” dengan ukuran 14pt dan menggunakan warna putih. Gambar pendukung menggunakan foto contoh dari riasan paes ageng adat

Jawa, template dengan gradasi warna *orange*, kuning dan putih serta menggunakan ornament batik.

Untuk desain katalog yang dipilih background menggunakan warna coklat tua atau coklat batik dan menggunakan ornament batik untuk memberi kesan tradisional. Gambar pendukung yang digunakan adalah salah satu contoh rias pengantin adat Jawa, yakni rias pengantin “Paes Ageng”. Judul yang menggunakan warna kuning untuk menyesuaikan dari warna logo dan headline. Template yang digunakan untuk Judul ada dua, sebagai background dari judul dan di bawah judul. Untuk background menggunakan gradasi warna *vanilla* dan coklat tua agar judul bisa lebih dominan dan tidak tenggelam. Sedangkan yang berada dibawah judul menggunakan warna kuning dengan gradasi warna *orange* dan putih. Informasi rias pengantin menggunakan warna putih agar lebih menonjol dari warna background. Dibawah informasi rias pengantin diletakkan sebuah ornament agar background tidak terlihat kosong.



Desain Final Kartu Nama

### Simpulan

Konsep perancangan karya desain periklanan sebagai promosi *wedding organizer* Artio ada dua buah desain yaitu desain utama dan desain alternatif. Konsep tersebut kemudian diajukan ke validator untuk mengetahui kekurangan pada desain, sehingga desain bisa diperbaiki dan layak untuk digunakan. Konsep ini bertema *Glamorous and Economical Traditional Wedding* dengan maksud menonjolkan bahwa *wedding organizer* Artio merupakan jasa pelayanan yang mengatur jalannya pesta pernikahan dengan adat Jawa yang mewah tapi tetap hemat. Logo Artio didesain seperti emas batangan agar tampak mewah sesuai dengan tema. *Body copy* menjelaskan bahwa Artio merupakan salah satu jasa *wedding organizer* yang mewah tapi hemat serta menambahkan keterangan yang berisi tentang pelayanan Artio.

Visualisasi desain ini menggunakan gaya modern atau *Art Deco*, dimana *Art Deco* merupakan gaya yang

mempresentasikan kesan kemewahan, glamour, kejayaan, konsumerisme dan kecepatan. Gaya ini cocok dengan objek *wedding organizer* Artio yang menonjolkan sisi kemewahan atau glamour dan kecepatan dalam menarik minat konsumen. Desain periklanan ini dirancang agar terlihat komunikatif, glamour, menarik, dan tepat sasaran. Sehingga diharapkan konsumen yang melihat desain periklanan ini mampu menerima informasi serta dapat berpengaruh dengan objek *wedding organizer* Artio di Sidoarjo.

Hasil perancangan karya desain periklanan *wedding organizer* Artio ini diharapkan mampu menarik lebih banyak konsumen atau masyarakat untuk memakai jasa *wedding organizer* Artio sehingga dapat menambah banyaknya konsumen.

### Saran

Dengan adanya Artio yang merupakan salah satu jasa *wedding organizer* di Sidoarjo, diharapkan nantinya masyarakat tidak lagi sulit mencari jasa *wedding organizer* untuk mengatur jalannya pesta pernikahan yang diimpikan dan memberi patokan harga yang lebih hemat dan tetap mewah. Dan diharapkan pada pemilik agar membuat promosi sebagai media untuk memperkenalkan bahwa di Sidoarjo ada *wedding organizer* baru yang pelayanannya setara dengan *wedding organizer* ternama namun memberi patokan harga yang lebih hemat. Dengan demikian konsumen akan banyak yang mengenal Artio dan memakai jasa *wedding organizer* Artio.

Harapan yang ingin didapat yakni menciptakan karya desain grafis periklanan yang dapat mendukung tercapainya suatu media promosi, sehingga karya tersebut dapat diterima oleh pemilik *wedding organizer* Artio, masyarakat Sidoarjo khususnya dan luar Sidoarjo pada umumnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Khasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhud, Laksita Utama. 2009. *Start-up Business Wizards*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.